

# Perpajakan di Era Digital

*by Ita Salsalina Lingga*

---

**Submission date:** 16-Jun-2025 12:40PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2700206417

**File name:** Cover\_Daftar\_Isi\_Isi\_Artikel\_Buku\_Perpajakan\_di\_Era\_Digital.pdf (625.17K)

**Word count:** 9336

**Character count:** 62216

Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mendisrupsi seluruh sektor terutama ekonomi. Digitalisasi telah mentransformasi perekonomian dunia menjadi model ekonomi baru yaitu ekonomi digital. Ekonomi digital ditandai dengan munculnya model bisnis baru yaitu bisnis digital. Berkembangnya bisnis digital tentunya berdampak kepada sektor perpajakan yaitu potensi pemajakan atas transaksi digital. Perdagangan secara elektronik melalui penjualan produk secara digital serta penyediaan layanan online telah menjadi suatu hal yang semakin umum dalam konteks internasional.

Berkembangnya ekonomi digital menimbulkan tantangan baru bagi pembuat kebijakan akibat meningkatnya ketergantungan pada model bisnis baru. Dengan bantuan teknologi digital semakin memudahkan untuk melakukan bisnis lintas yurisdiksi, memudahkan konsumen untuk mengakses produk dan layanan dari mana saja di seluruh dunia. Tantangan perpajakan yang dihadapi saat ini adalah bagaimana menentukan persyaratan dalam memungut pajak secara tepat untuk mencegah hilangnya potensi penerimaan pajak akibat ketiadaan pemajakan secara berganda (*double non-taxation*) dan praktik penghindaran pajak secara global yang dikenal dengan istilah penggeseran basis pajak dan pengalihan laba (*Base Erosion and Profit Shifting/BEPS*).

Buku ini merupakan hasil kajian penulis terhadap fenomena pajak secara global yang dihadapi saat ini didukung oleh teori, peraturan pajak terkait serta hasil penelitian sebelumnya sehingga menghasilkan sebuah buku yang dapat menjelaskan tentang konsep pajak, problematika pajak, dan tantangan perpajakan di era digital saat ini serta solusi dalam mengantisipasi isu perpajakan global yang sedang dihadapi. Dengan demikian buku ini diharapkan dapat menjadi sumber acuan yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait didalam memahami perpajakan internasional.

**ZAHIR**  
PUBLISHING

✉ [zahirpublishing@gmail.com](mailto:zahirpublishing@gmail.com)  
● [www.zahirpublishing.net](http://www.zahirpublishing.net)



Editor:  
Endah Purnama Sari Eddy, S.E., M.Ak., BKP

# PERPAJAKAN DI ERA DIGITAL

Dr. Ita Salsalina Lingga, S.E., M.Si., Ak., CA

# PERPAJAKAN DI ERA DIGITAL

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta**

1. Seseorang yang tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana diatur dalam pasal 9 ayat 1 untuk penggunaan komersial dapat dihukum penjara maksimal 1 tahun dan/atau denda maksimal Rp100.000.000.
2. Seseorang yang tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana diatur dalam pasal 9 ayat 1 huruf c, huruf d, huruf f, dan huruf h untuk penggunaan komersial dapat dihukum penjara maksimal 3 tahun dan/atau denda maksimal Rp500.000.000.
3. Seseorang yang tanpa hak dan/atau tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana diatur dalam pasal 9 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan komersial dapat dihukum penjara maksimal 4 tahun dan/atau denda maksimal Rp1.000.000.000.
4. Jika pelanggaran dilakukan dalam bentuk pembajakan, pelaku dapat dihukum penjara maksimal 10 tahun dan/atau denda maksimal Rp4.000.000.000.

# PERPAJAKAN DI ERA DIGITAL

**Dr. Ita Salsalina Lingga, S.E., M.Si., Ak., CA.**



## **PERPAJAKAN DI ERA DIGITAL**

### **Penulis**

Dr. Ita Salsalina Lingga, S.E., M.Si, Ak., CA.

### **Editor**

Endah Purnama Sari Eddy, S.E., M.Ak, BKP., CA.

### **Tata Letak**

Zainul Muttaqin

3

### **Desain Sampul**

Marista Indy

18 x 25 cm, x + 76 hlm.

Cetakan pertama, November 2023

**ISBN:** 978-623-466-354-9

Diterbitkan oleh:

### **ZAHIR PUBLISHING**

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,

Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571

e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta

No. 132/DIY/2020

### **Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.**

Dilarang mengutip atau memperbanyak

sebagian atau seluruh isi buku ini

tanpa izin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Pembaca yang terkasih,

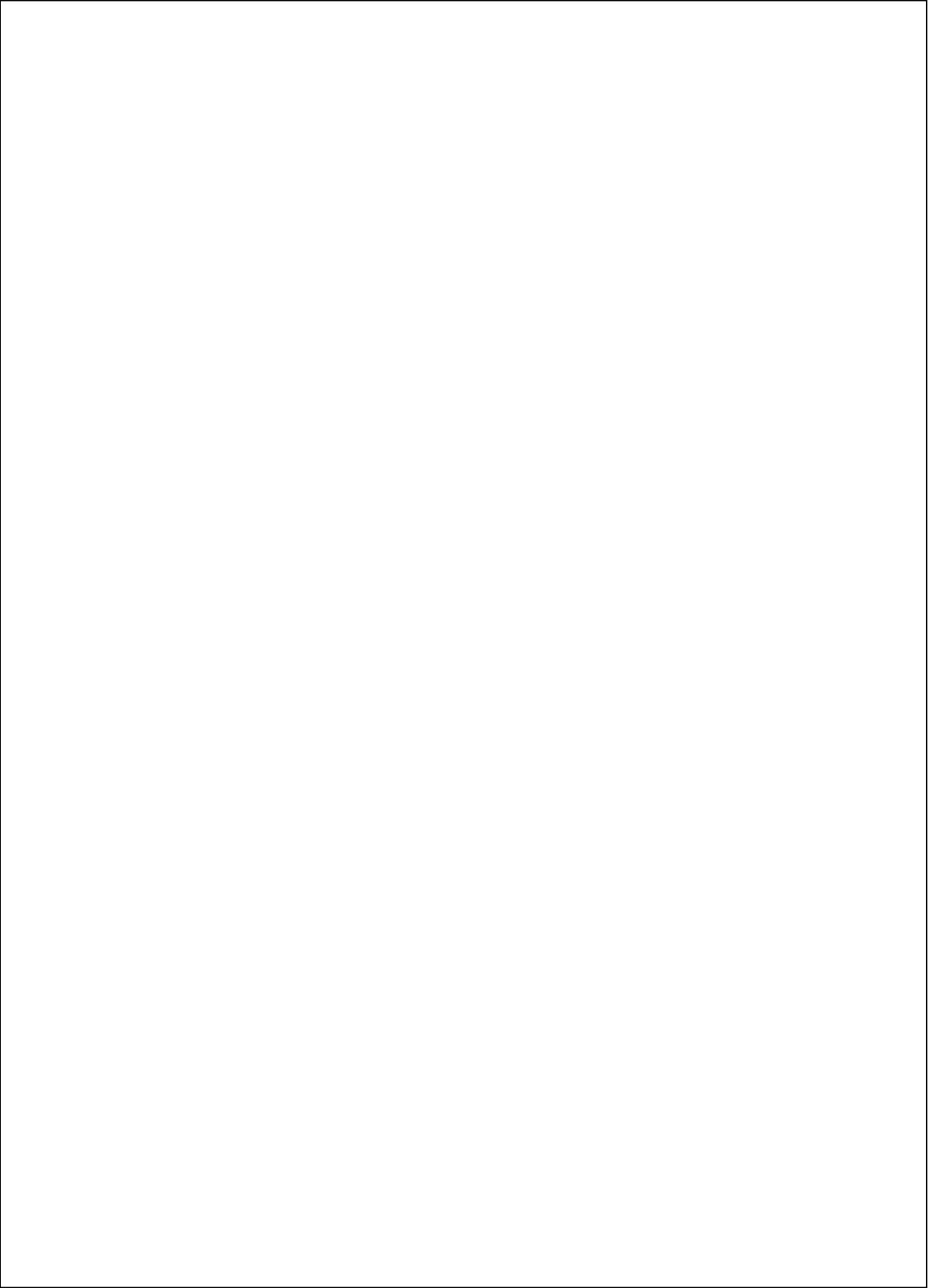
Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan, Ibu Ita Salsalina Lingga kini kembali hadir dengan karyanya, sebuah buku berjudul "Perpajakan di Era Digital." Kami sangat menghargai kehadiran buku ini karena membahas topik yang sangat relevan dengan perkembangan ekonomi dan bisnis saat ini, sehingga pastinya akan memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Topik yang dibahas dalam buku ini sangat relevan karena aktivitas ekonomi saat ini sangat berbeda dengan kegiatan ekonomi di masa lalu. Pada masa lalu, kegiatan produksi, pemasaran, dan distribusi banyak dilakukan melalui kehadiran fisik. Namun, pada masa kini, kegiatan ekonomi lebih banyak dilakukan melalui platform digital. Salah satu implikasi utama transaksi digital adalah batas antar negara menjadi tidak relevan, sehingga menimbulkan berbagai isu perpajakan yang tentunya membutuhkan penanganan khusus. Oleh karena itu, tentu akan sangat menarik bagaimana buku ini menjelaskan apa saja implikasi dan solusi perpajakan yang timbul akibat transaksi digital tersebut.

Semoga buku ini dapat meningkatkan pemahaman mengenai perpajakan, tidak hanya bagi kalangan akademisi dan mahasiswa, tetapi juga bagi para praktisi. Kami yakin bahwa pemahaman yang baik mengenai perpajakan akan mendorong kesadaran dan tanggung jawab warga negara dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

Bandung, November 2023  
Dekan Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Maranatha

Tan Ming Kuang, Ak., CA., Ph.D



Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Kasih dan Anugerah-Nya yang telah memampukan penulis menyelesaikan penulisan buku ini.

Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mendisrupsi seluruh sektor terutama ekonomi. Digitalisasi telah mentransformasi perekonomian dunia menjadi model ekonomi baru yaitu ekonomi digital. Ekonomi digital ditandai dengan munculnya model bisnis baru yaitu bisnis digital. Berkembangnya bisnis digital tentunya berdampak kepada sektor perpajakan yaitu potensi pemajakan atas transaksi digital. Digitalisasi telah memunculkan isu perpajakan global terkait praktik penghindaran pajak secara global. Buku ini ditulis dengan tujuan memberikan wawasan mengenai perpajakan di era digital mulai dari konsep, problematika, tantangan perpajakan sampai dengan solusi terhadap isu perpajakan global di era digital.

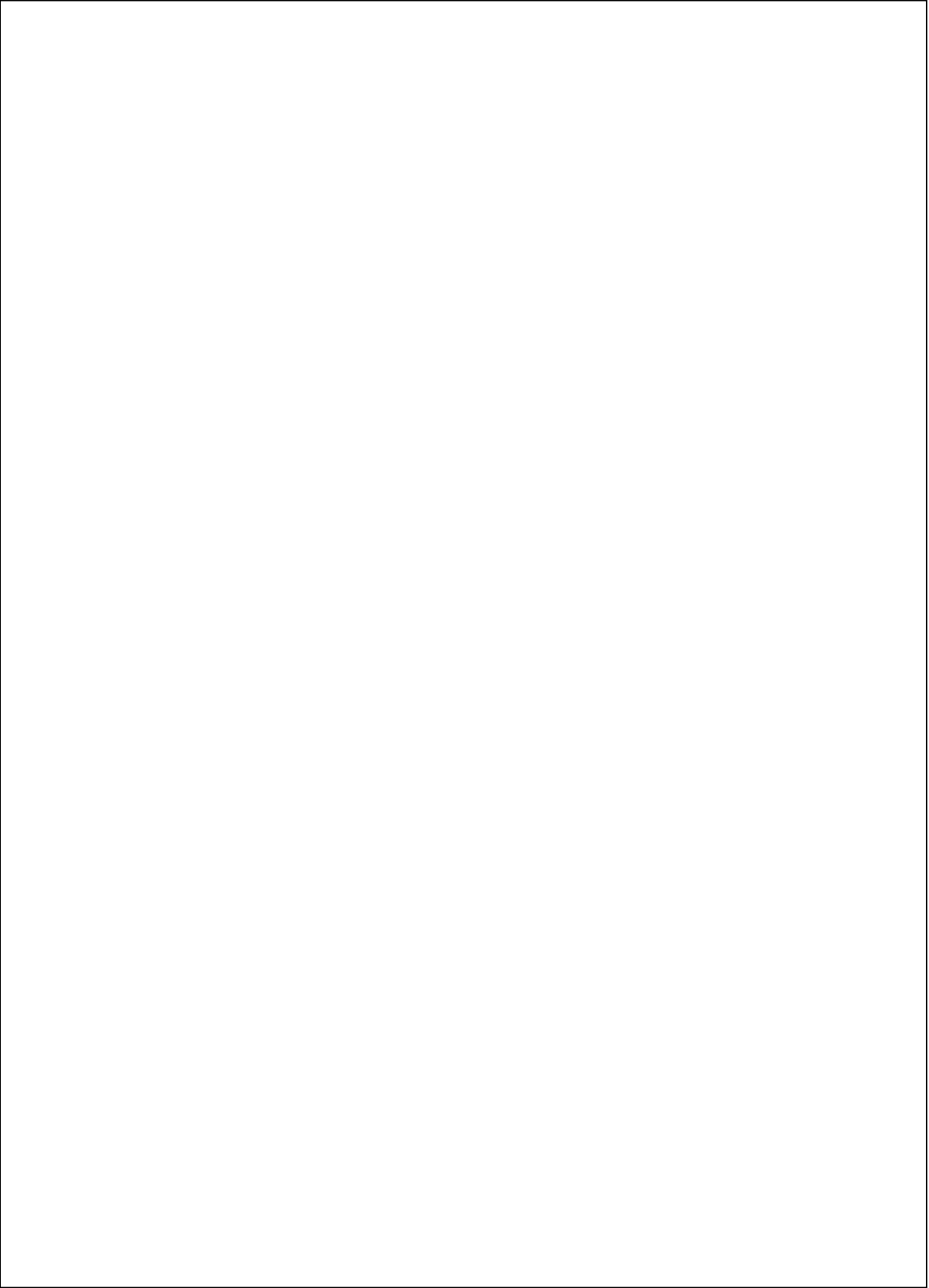
Buku yang berjudul "Perpajakan di Era Digital" ini dibuat untuk dapat memenuhi kebutuhan berbagai pihak yang tertarik untuk memahami perpajakan khususnya di era digital saat ini. Harapan penulis buku ini akan bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai salah satu buku referensi dalam memahami perpajakan internasional.

Akhir kata ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kristen Maranatha yang telah mendukung, memfasilitasi dan mendanai penerbitan buku ini.

Bandung, November 2023

Penulis

Dr. Ita Salsalina Lingga, S.E., M.Si., Ak., CA



## DAFTAR ISI

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| KATA PENGANTAR .....                                            | v         |
| PRAKATA.....                                                    | vii       |
| DAFTAR ISI .....                                                | ix        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                             | x         |
| <b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>                                 | <b>1</b>  |
| <b>BAB II: EKONOMI DIGITAL DAN PROBLEMATIKA PERPAJAKAN.....</b> | <b>9</b>  |
| A. Ekonomi Digital.....                                         | 9         |
| B. Model Bisnis dan Tata Kelola Digital .....                   | 10        |
| C. Pajak Digital .....                                          | 14        |
| D. Isu <i>Base Erosion and Profit Shifting</i> (BEPS) .....     | 44        |
| <b>BAB III: TANTANGAN PERPAJAKAN DI ERA DIGITAL .....</b>       | <b>51</b> |
| A. Tantangan Model Bisnis dan Tata Kelola Digital.....          | 51        |
| B. Tantangan Perpajakan di Negara-Negara Berkembang.....        | 53        |
| <b>BAB IV: SOLUSI MENGATASI ISU PERPAJAKAN GLOBAL .....</b>     | <b>57</b> |
| <b>BAB V: PENUTUP .....</b>                                     | <b>61</b> |
| GLOSARIUM .....                                                 | 63        |
| INDEKS .....                                                    | 72        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                            | 74        |
| BIODATA PENULIS.....                                            | 76        |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. <i>An ecosystem of interdependent digital technology</i> ..... | 3  |
| Gambar 2. <i>OECD/G20 BEPS Project The Final Reports</i> .....           | 46 |

## BAB I PENDAHULUAN

18

Revolusi industri 4.0 telah mengantarkan negara di dunia ke dalam kemajuan inovasi teknologi dan mendisrupsi seluruh sektor tidak terkecuali sektor ekonomi. Layanan ekonomi digital dinilai menjadi salah satu sumber perekonomian baru suatu negara. Pesatnya perkembangan teknologi secara global telah memunculkan masalah baru terkait ekonomi digital yang dihadapi oleh hampir semua negara di dunia. Digitalisasi dan globalisasi telah menimbulkan tantangan baru terkait aturan perpajakan terkait pengenaan pajak atas pendapatan yang bersumber dari bisnis internasional. Dampak yang sangat signifikan adalah munculnya isu praktik penghindaran pajak global dengan cara penggerusan basis pajak dan pengalihan laba atau yang dikenal dengan istilah *Base Erosion and Profit Shifting (BEPS)*. Berkembangnya ekonomi digital telah menimbulkan permasalahan pajak bagi negara-negara di dunia khususnya negara-negara berkembang, contohnya isu terkait BEPS dan isu terkait pajak lintas batas (*cross border*). Problematika perpajakan internasional tersebut menjadi perhatian utama negara-negara di dunia.

Pesatnya perkembangan ekonomi digital telah memunculkan serangkaian bisnis baru seperti *on demand-service*, jual-beli *online (e-commerce)*, dan *financial technology (fintech)*. Pengertian *on demand-service* adalah bentuk layanan yang memungkinkan para pengguna untuk memesan layanan baik jasa maupun produk secara *online*, contohnya ojek *online*, layanan pesan antar makanan *online*, layanan transportasi *online*, layanan kebersihan rumah *online* dan lain sebagainya. Layanan ini dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi *smartphone* maupun *website*. Selanjutnya *e-commerce* diartikan sebagai segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan dengan menggunakan sarana media elektronik (internet). Contoh perusahaan yang menyediakan *platform* jual beli *online* adalah tokopedia, shopee, Lazada, bukalapak, Blibli dan lain sebagainya. Adapun *fintech* adalah sebuah industri yang menggabungkan bidang keuangan dan juga teknologi, dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan, melakukan transaksi keuangan, serta meningkatkan pemahaman terkait literasi di bidang keuangan. *Fintech* pada dasarnya lebih berpusat pada perusahaan yang melakukan inovasi di bidang jasa keuangan berbasis teknologi untuk membantu proses jual beli agar dapat diterima oleh masyarakat luas, contohnya *crowdfunding*,

*microfinancing, P2P lending service, market comparison, dan digital payment system.* Sistem pembayaran *cash on delivery, virtual account* yang banyak digunakan hingga berbagai pembayaran lewat perusahaan *fintech* merupakan *bukti* pesatnya perkembangan bisnis *e-commerce* sampai dengan saat ini.

Teknologi yang berkembang dengan pesat telah mengubah aktivitas ekonomi ke arah ekonomi digital sehingga menuntut keseriusan pemerintah dalam merumuskan sistem perpajakan yang tepat terkait transaksi *online*. Perkembangan teknologi telah mengubah sistem perdagangan dunia yang semula berupa sistem perdagangan konvensional menjadi sistem perdagangan berbasis elektronik. Indonesia termasuk salah satu negara yang terdampak dengan adanya perubahan tersebut. Menurut data BPS hasil Survei Susenas pada tahun 2022, sebanyak 62,10% penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021 dan meningkat menjadi 66,48% di tahun 2022. Tingginya penggunaan internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi.

Perkembangan ekonomi digital pada dasarnya bergantung pada pengetahuan dan informasi digital yang merupakan faktor kunci yang ditentukan oleh teknologi informasi dan komunikasi yang inovatif. Meskipun negara-negara di dunia mengalami kemajuan dalam hal adaptasi teknologi, namun kesiapan dan infrastruktur yang tersedia di masing-masing negara akan bervariasi (Hagiwara et al., 2019). Hal ini telah memunculkan tantangan global di berbagai bidang seperti kebijakan konsumen, ilmu pengetahuan, teknologi dan inovasi, industri dan kewirausahaan, asuransi dan pensiun, pasar keuangan, fiskal, dan perpajakan (OECD, 2017).

Ekonomi digital Indonesia diproyeksikan tumbuh 20 persen dari tahun 2021 menjadi USD146 miliar pada tahun 2025 dan diprediksi akan terus meningkat dan memiliki potensi besar untuk berkembang (Kemenkeu, 2022). Berdasarkan laporan "We Are Social" pada bulan Januari 2023, sebanyak 77% populasi Indonesia menjadi pengguna internet aktif atau mencapai 212,9 juta orang. Survey Google Temasek dan Bain & Co. pada tahun 2022 mengungkapkan kontribusi sektor *e-commerce* Indonesia sebesar USD 59 Miliar atau setara 76% terhadap nilai ekonomi digital Indonesia. Diproyeksikan pada tahun 2025 akan mencapai USD 130 Miliar (Kominfo, 2023).

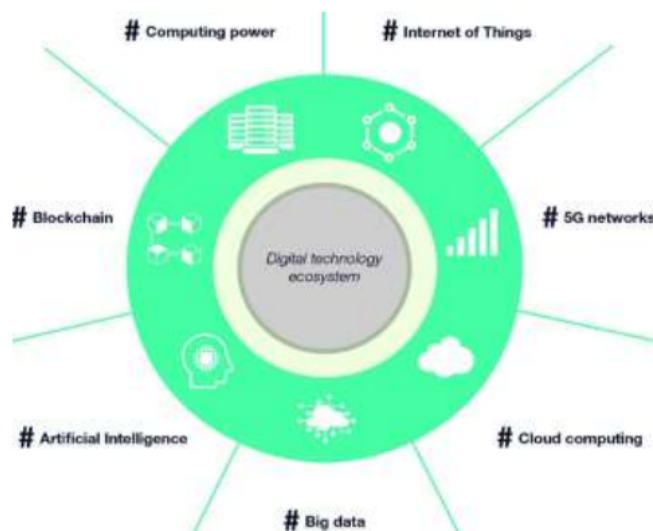
Data Bank Indonesia mencatat bahwa pertumbuhan ekonomi digital Indonesia ditinjau dari sisi perdagangan menunjukkan pertumbuhan *e-commerce* yang signifikan. Sepanjang semester I-2022, transaksi *e-commerce* meningkat sebesar 22,1 % (yoy) hingga mencapai Rp227,8 triliun dan secara volume meningkat sebesar

9

39,9% (yoy) hingga mencapai 1,74 juta transaksi. Diperkirakan pada tahun 2030, e-commerce *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C) akan mampu menyumbang nilai tertinggi ekonomi digital Indonesia yaitu sebesar Rp1.908 triliun atau 34% (Kominfo, 2022).

Saat ini, ekosistem teknologi digital yang saling bergantung mendukung transformasi digital dan akan berkembang untuk mendorong perubahan ekonomi dan masyarakat di masa depan. Ekosistem ini berfungsi jauh lebih kuat dibandingkan komponen-komponen secara individual karena mereka saling berinteraksi dan melengkapi satu sama lain, sehingga membuka kemungkinan-kemungkinan baru. Beberapa dari teknologi ini telah hadir dan menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari yaitu:

- *Internet of Things (IoT).*
- *5G networks.*
- *Cloud Computing.*
- *Big Data Analytics*
- *Artificial Intelligence.*
- *Blockchain.*
- *Computing Power.*

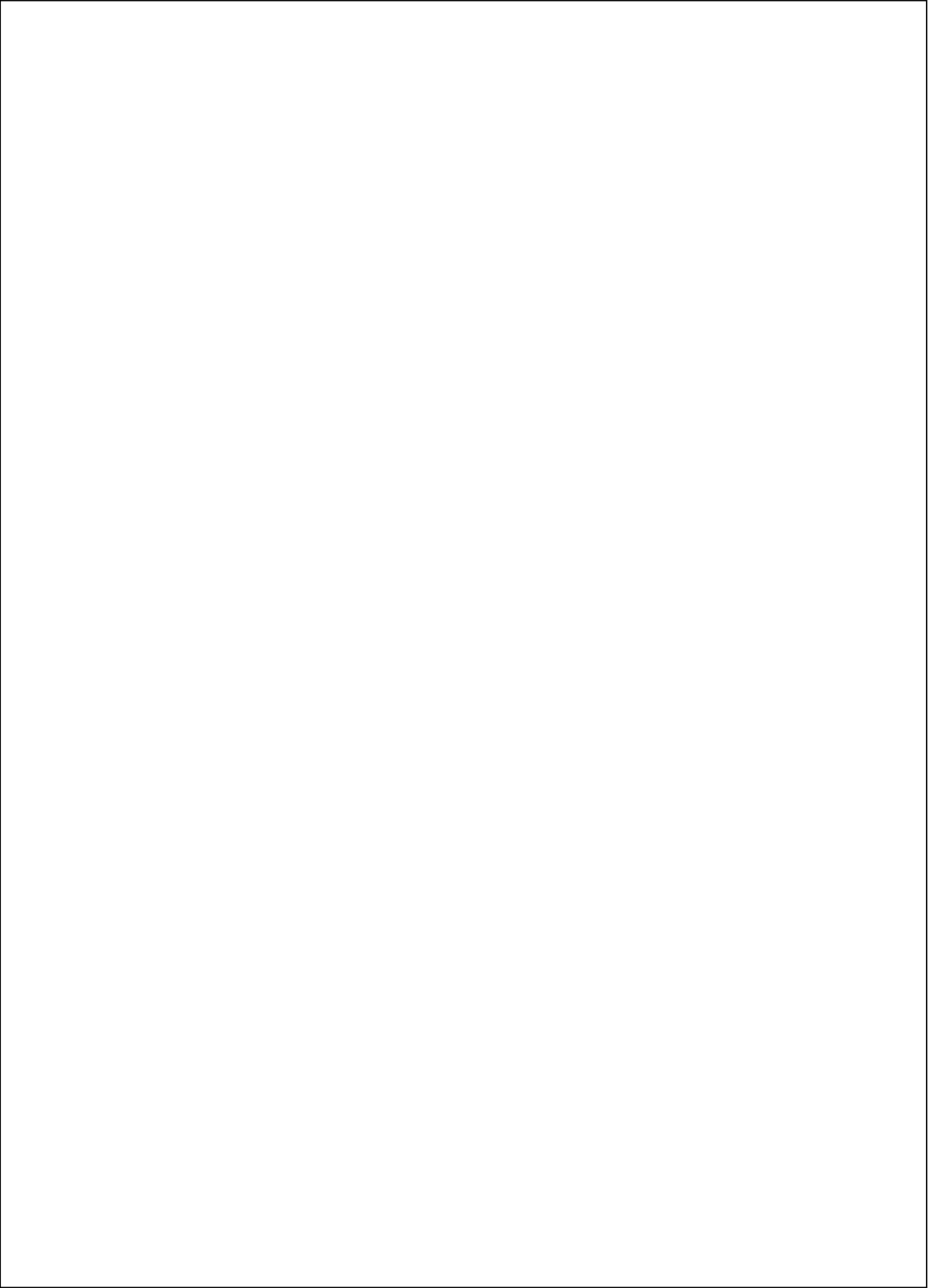


Gambar 1. *An ecosystem of interdependent digital technology*

Sumber: "Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives" (oecd-ilibrary.org, 2019)







## BAB II

### EKONOMI DIGITAL DAN PROBLEMATIKA PERPAJAKAN

#### A. Ekonomi Digital

Perkembangan teknologi digital dan telekomunikasi berhasil mendorong transformasi dalam praktik perekonomian global tanpa batas wilayah. Potensi digital di Indonesia berkembang pesat yang ditandai dengan menjamurnya *start-up* dan *platform* digital, yang semakin memperkuat proses transformasi menuju ekonomi digital. Transformasi digital ini akan berdampak pada inovasi, akselerasi, efisiensi, dan produktivitas masyarakat yang semakin beragam. *Start-up* di Indonesia dengan kategori *unicorn* seperti Traveloka, Tokopedia, OVO, Bukalapak maupun kategori *decacorn* seperti Gojek, Shopee, Dropbox memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan lapangan kerja di Indonesia yang semakin meningkat. Perusahaan *start up* digolongkan kedalam kategori *unicorn* apabila memiliki nilai valuasi US\$ 1 miliar atau Rp 14,1 triliun. Saat perusahaan *startup unicorn* mengalami perkembangan yang pesat di mana nilai valuasi perusahaan mampu mencapai US\$ 10 miliar, maka perusahaan tersebut naik *level* menjadi *decacorn* (theprakarsa, 2022).

Hal yang penting dalam ekonomi digital adalah adanya pergeseran struktural dari perekonomian industri ke perekonomian yang bercirikan informasi, aset tak berwujud, jasa serta perubahan paralel menuju bentuk baru organisasi dan kelembagaan. Banyak istilah baru yang diciptakan untuk perekonomian baru ini seperti "ekonomi berbasis pengetahuan", "ekonomi tanpa batas", "ekonomi jaringan", "ekonomi digital", "ekonomi berbasis informasi" (Sharma et al., 2004). Fokus dari ekonomi digital beralih dari pemrosesan *input* bahan baku menjadi *output* melalui penciptaan, perdagangan dan distribusi pengetahuan, kekayaan intelektual dan aset tak berwujud.

Elemen penting dari ekonomi digital adalah:

1. Digitalisasi dan penggunaan secara intensif teknologi informasi dan komunikasi (ICT).
2. Kodifikasi dari pengetahuan.
3. Transformasi dari informasi menjadi komoditas; dan
4. Cara baru dari pengorganisasian kerja dan produksi.

Dapat dikatakan bahwa ekonomi digital ditandai dengan banyaknya informasi dan layanan yang tersedia secara *online*. Akses yang tersebar luas terhadap jaringan, intra dan internet serta keterampilan untuk hidup dan bekerja dalam masyarakat informasi merupakan dasar bagi ekonomi digital (Kehal & Singh, 2005). Pesatnya perkembangan ekonomi digital tentunya harus dibarengi dengan perkembangan di bidang perpajakan. Perlunya penguatan isu pemungutan pajak di era digital atas transaksi yang melibatkan perdagangan barang dan jasa tidak berwujud. Potensi pajak digital diharapkan dapat memberikan rasa keadilan, menciptakan kesetaraan dan persaingan yang sehat (*level playing field*) serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

Beberapa permasalahan terkait pajak digital, antara lain:

1. Adanya praktik penghindaran pajak dan aliran keuangan gelap melalui praktik pengalihan laba.
2. Tidak adanya laporan dari perusahaan *online* terkait siapa yang bertanggung jawab apabila terjadi pemeriksaan pajak sementara kantor pusat perusahaan berlokasi di luar Indonesia.
3. Belum adanya cara tepat dalam menyelesaikan perselisihan mengenai wilayah abu-abu (*grey area*) terkait objek pajak perusahaan digital sebagai upaya menghadapi tantangan pengenaan pajak digital dan pajak penghasilan di Indonesia.

Sampai dengan saat ini pokok-pokok tersebut di atas masih dalam tahap perundingan internasional sebagai upaya untuk mengatasi tantangan pengenaan pajak secara global (theprakarsa, 2022).

## **B. Model Bisnis dan Tata Kelola Digital**

Meningkatnya digitalisasi dan perkembangan teknologi berbasis internet mempunyai dampak yang besar terhadap seluruh aspek perekonomian. Digitalisasi secara umum menggambarkan pengumpulan dan persiapan data untuk diproses atau disimpan secara elektronik. Proses digitalisasi ini berdampak kepada semua industri untuk berubah dengan cepat akibat berkembangnya teknologi berbasis internet. Westerman et al. (2014) mengusulkan tiga bidang di mana manajer dapat memanfaatkan teknologi digital:

### **1. Pengalaman Pelanggan**

Perusahaan dapat menerapkan digitalisasi informasi dan komunikasi untuk melibatkan pelanggan mereka dengan cara baru. Misalnya, mereka bisa membangun komunitas pengguna digital untuk memberikan nilai tambah.

## 2. Proses Operasional

Teknologi digital memungkinkan keuntungan besar efisiensi operasional dalam proses di seluruh langkah rantai nilai (*value chain*).

## 3. Model Bisnis

Digitalisasi memungkinkan pengembangan bentuk bisnis baru yang berorientasi kepada penciptaan nilai (*value creation*).

Istilah model bisnis menggambarkan sebuah kerangka atau pemikiran yang mendasari berjalannya sebuah bisnis. Model bisnis akan mencakup tujuan, produk, apa yang ditawarkan, strategi, infrastruktur, dan praktik-praktik lainnya dalam kehidupan bisnis tersebut. Ekonomi digital telah memunculkan sejumlah model bisnis baru. Meskipun banyak dari model ini mempunyai kesamaan dengan bisnis tradisional. Namun, dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan dilakukannya berbagai jenis kegiatan bisnis dalam skala yang jauh lebih besar bahkan menembus lintas batas negara. Beberapa jenis usaha yang berkembang di era ekonomi digital adalah *e-commerce*, *apps store*, periklanan secara *online*, *cloud computing*, *participative networked platforms*, perdagangan berkecepatan tinggi, dan layanan pembayaran *online*.

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) didefinisikan sebagai penjualan atau pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang dirancang khusus untuk tujuan penerimaan atau penempatan pesanan. Barang atau jasa tersebut dipesan dengan metode tersebut, namun dalam hal pembayaran dan penyerahan akhir barang/jasa tidak harus dilakukan secara *online*. Transaksi *e-commerce* dapat terjadi antar perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi publik maupun swasta lainnya” (OECD, 2017). *E-commerce* dapat digunakan baik untuk memfasilitasi pemesanan barang atau layanan yang kemudian disampaikan melalui saluran konvensional (*offline e-commerce*) atau untuk memesan dan mengirimkan barang atau jasa secara elektronik (*online e-commerce*).

Terdapat 6 model bisnis *e-commerce* yang berkembang di era digital saat ini, yaitu:

### 1. Business to Business (B2B)

Model B2B merupakan bentuk transaksi produk atau jasa yang dilakukan oleh satu bisnis ke bisnis lainnya. Transaksi jual-beli produk ataupun jasa di bisnis B2B tidak ditujukan untuk konsumen atau pelanggan. B2B baik yang berbentuk bisnis *online* maupun konvensional, fokus pada penyediaan apa yang dibutuhkan oleh bisnis lain untuk mengoptimalkan operasional mereka.

Contoh model bisnis *e-commerce* B2B di Indonesia adalah *start up* Mbiz yang bergerak dalam pengadaan barang dan jasa yang terintegrasi berbasis *web* bagi kalangan perusahaan dan institusi pemerintahan mulai dari produk teknologi, peralatan kantor, perlengkapan industri, hingga barang-barang ritel, perusahaan *supplier* dan pemasok perabot kantor, perusahaan *hosting*, dan berbagai model bisnis *e-commerce* lainnya dari sektor ini. Contoh lainnya adalah IndoTrading.com, Ralali.com, Indonetwork, dan lain sebagainya.

15

## 2. **Business to Consumer (B2C)**

Model bisnis B2C merupakan model bisnis yang menjual produk umumnya berupa produk siap pakai yang akan digunakan langsung oleh konsumen ataupun jasa kepada pelanggan secara langsung (*direct selling*). Model bisnis B2C menyerupai model ritel tradisional, di mana bisnis menjual jasa/produk kepada individu. Bedanya bisnis dijalankan dengan *platform online*. Contoh model bisnis B2C di Indonesia adalah Blibli, Lazada, dll.

## 3. **Business to Government (B2G)**

Model bisnis B2G merupakan model bisnis yang merujuk pada bisnis yang menjual produk, layanan, atau informasi kepada pemerintah atau lembaga pemerintah. Sistem B2G menyediakan kesempatan bagi perusahaan swasta untuk mengajukan *tender* pada proyek, produk pemerintah yang mungkin dibeli/dibutuhkan pemerintah untuk perusahaan mereka. Pemerintah membuka *tender* lewat proses *e-procurement*, di mana sektor publik dapat melakukan *tender* secara *online* dan transparan. Sistem *e-procurement* di Indonesia lebih dikenal dengan LPSE atau Servis Pengadaan Secara Elektronik. Salah satu contohnya adalah Qlue.co.id, yang menyediakan layanan CRM untuk lembaga pemerintah.

## 4. **Customer to Business (C2B)**

Model bisnis C2B merupakan model bisnis di mana transaksi bisnis atau kegiatan jual belinya terjadi antara konsumen sebagai penyedia produk atau layanan dengan bisnis berupa perusahaan atau organisasi. Dalam model bisnis ini, individu menawarkan penjualan produk atau layanan kepada perusahaan yang siap untuk membeli. Contoh bisnis yang mengadopsi konsep C2B antara lain: *influencer marketing*, *affiliate marketing*.

### 1. **Consumer to Consumer (C2C)**

Model bisnis C2C merupakan model bisnis yang dikelompokkan menjadi dua, yaitu *marketplace* dan *classifieds*. Dalam model bisnis C2C, konsumen individu dapat menjual maupun membeli produk dari konsumen lainnya. Ciri bisnis C2C adalah: (i) umumnya dijalankan oleh perorangan atau kelompok kecil, (ii) transaksi dilakukan dari pelanggan ke pelanggan tanpa adanya produsen produk serta transaksi, (iii) umumnya dilakukan dengan menggunakan *platform online* seperti *marketplace*, forum, atau media sosial. Contoh model bisnis C2C adalah Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia, dll.

### 2. **Consumer to Government (C2G)**

Model bisnis C2G adalah transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu ke pemerintah atau administrasi publik. Contoh transaksi C2G yaitu seorang konsumen dapat membayar pajak penghasilannya secara *online*.

Selain keenam model bisnis *e-commerce* yang kita kenal diatas, berkembang pula empat model tata kelola digital (*e-governance*) sebagaimana dijelaskan di bawah ini (Srinivas, 2023), yaitu:

#### 1. **Government to Business (G2B)**

G2B berfokus pada interaksi digital antara pemerintah dan dunia usaha. Hal ini melibatkan penyediaan *platform* dan layanan *online* yang memfasilitasi pendaftaran bisnis, perizinan, pengajuan pajak, proses pengadaan, serta interaksi pemerintah dan bisnis lainnya. *E-governance* G2B bertujuan untuk menyederhanakan prosedur administratif, mengurangi birokrasi, serta meningkatkan kemudahan berbisnis. Dengan adanya digitalisasi interaksi pemerintah dan bisnis, maka dimungkinkan waktu pemrosesan menjadi lebih cepat, meningkatkan transparansi, meningkatkan efisiensi dalam transaksi bisnis serta meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan.

#### 2. **Government to Citizens (G2C)**

G2C mengacu pada interaksi dan layanan digital yang disediakan oleh pemerintah kepada warga negara. Hal ini melibatkan penggunaan *platform* dan teknologi digital untuk memberikan layanan publik, informasi, serta manfaat langsung kepada individu. Contohnya *portal online* untuk mengakses layanan pemerintah, pengajuan permohonan dokumen seperti paspor atau SIM, pembayaran pajak secara *online*, pengaksesan informasi publik, serta partisipasi dalam konsultasi *online*. *E-governance* G2C bertujuan untuk

membuat layanan pemerintah menjadi lebih mudah untuk diakses, nyaman, berpusat pada masyarakat, memberdayakan individu untuk terlibat dengan pemerintah serta dapat mengakses layanan di mana saja dan kapan saja.

### 3. **Government to Government (G2G)**

G2G merupakan interaksi non-komersial secara *online* antara organisasi, departemen, otoritas pemerintah (lokal dan pusat), serta organisasi, departemen, dan otoritas pemerintah lainnya. G2G berfokus pada interaksi digital dan pertukaran informasi antar berbagai lembaga atau departemen pemerintah. Hal ini melibatkan pertukaran data, sumber daya, dan layanan antar lembaga pemerintah dalam rangka meningkatkan koordinasi, kolaborasi, serta efisiensi dalam hal tata kelola. *E-governance* G2G mencakup pertukaran data elektronik, sistem komunikasi antar departemen, *database* bersama, dan *platform* kolaboratif yang memfasilitasi pertukaran informasi, koordinasi kebijakan, dan pengambilan keputusan bersama antar organisasi pemerintah.

### 4. **Government to Employees (G2E)**

G2E mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk mengelola dan menyederhanakan operasi internal pemerintah dan interaksi dengan pegawai. Hal ini melibatkan *platform* dan sistem digital yang memfasilitasi rekrutmen karyawan, manajemen kinerja, program pelatihan, manajemen penggajian, pengajuan cuti, dan komunikasi dalam organisasi pemerintah. *E-governance* G2E bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keterlibatan pegawai pemerintah melalui penyediaan alat digital yang mudah digunakan dan efisien untuk mengelola proses terkait pekerjaan dan mengakses informasi yang relevan. Dengan kata lain, *e-governance* berfokus pada interaksi antara pemerintah dan pegawai pemerintah untuk mendukung transaksi seperti penggajian dan program pensiun, perolehan manfaat dari informasi pelatihan, serta pengaksesan informasi kelayakan manfaat.

## C. **Pajak Digital**

Pajak digital adalah suatu bentuk reformasi di dalam dunia perpajakan, yang mana merupakan suatu bentuk pembayaran pajak atau pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap produk digital contohnya netflix. Hal ini menyebabkan pajak digital masuk ke dalam bagian Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang mana merupakan pajak yang dikenakan kepada pengguna objek pajak atas konsumsi barang atau jasa sebagaimana ditetapkan oleh pemerintah. Pengertian pajak digital sendiri merupakan pajak yang dikenakan kepada penyedia layanan

asing, pedagang asing, *platform digital*, segala bentuk transaksi digital, serta segala jenis kegiatan yang beroperasi dalam rangka mencari keuntungan melalui sistem elektronik atau yang biasa disebut dengan istilah PMSE (perdagangan melalui sistem elektronik) serta kepada perusahaan yang belum memiliki Bentuk Usaha Tetap (BUT).

17 Perdagangan melalui sistem elektronik atau lebih dikenal dengan istilah *e-commerce* merupakan salah satu jenis transaksi yang kompleks dan berkembang pesat di Indonesia. Pada praktiknya, terdapat beberapa model dalam penyelenggaraan transaksi *e-commerce*. Terdapat 4 model transaksi *e-commerce* yaitu *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals*, dan *Online Retail*. Berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-commerce* dapat dijelaskan proses bisnis dan *revenue model* atas keempat model bisnis transaksi *e-commerce* seperti di bawah ini.

11

## 1. **Online Marketplace**

### a. Definisi

**Online Marketplace** adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa Toko Internet di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa.

### b. Deskripsi

- 1) **Mal Internet** adalah situs perbelanjaan yang berbasis internet yang terdiri dari beberapa Toko Internet yang dikelola oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
- 2) **Toko Internet** adalah bagian dari Mal Internet yang ditawarkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* sebagai tempat kegiatan usaha.
- 3) **Penyelenggara Online Marketplace** adalah pihak yang menjalankan kegiatan usaha Mal Internet.
- 4) **Online Marketplace Merchant** adalah pihak yang membuka dan mengoperasikan Toko Internet untuk melakukan penjualan barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet.
- 5) **Pembeli** adalah pihak yang melakukan pembelian barang dan/atau jasa dari *Online Marketplace Merchant* di Toko Internet melalui Mal Internet.

20

- 6) **Perjanjian** adalah kontrak yang ditandatangani oleh *Online Marketplace Merchant* dan Penyelenggara *Online Marketplace* yang isinya dapat mengatur tentang syarat dan ketentuan yang berlaku tentang tata cara pengoperasian Toko Internet melalui Mal Internet dan tata cara penjualan barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet.
- 7) **Monthly Fixed Fee** yang dikenal juga dengan istilah *Rent Fee*, *Registration Fee*, *Fixed Fee*, atau *Subscription Fee* adalah imbalan atas jasa penyediaan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di Toko Internet melalui Mal Internet. 13
- 8) **Per Sale Fee** adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh *Online Marketplace Merchant* kepada Penyelenggara *Online Marketplace* sebagai komisi atas jasa perantara pembayaran atas penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh *Online Marketplace Merchant* di Toko Internet melalui Mal Internet. *Per Sale Fee* umumnya berupa persentase atas nilai transaksi penjualan dan dipotong dari nilai transaksi.
- 9) **Point Fee** adalah bonus/*reward* dalam bentuk poin yang memiliki nilai uang, yang diberikan oleh *Online Marketplace Merchant* kepada Pembeli atas pembelian barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet. *Point Fee* dikelola oleh Penyelenggara *Online Marketplace* dan hanya dapat digunakan untuk melakukan pembelian barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet tersebut. *Point Fee* umumnya berupa persentase atas nilai transaksi penjualan dan dipotong oleh Penyelenggara *Online Marketplace* dari nilai transaksi penjualan tersebut.
- 10) Pembeli melakukan pembayaran atas transaksi yang dilakukan melalui **Escrow Account** yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*. 8
- 11) **Online Marketplace Merchant** mengirimkan barang dan/atau jasa kepada Pembeli baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman setelah menerima pemberitahuan dari Penyelenggara *Online Marketplace* bahwa Penyelenggara *Online Marketplace* telah menerima pembayaran dari Pembeli.

- 12) Setiap transaksi penjualan barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet dilakukan antara Pembeli dengan *Online Marketplace Merchant* sehingga Penyelenggara *Online Marketplace* tidak bertanggungjawab atas setiap kehilangan atau kerugian pasca transaksi penjualan barang dan/atau jasa.

**c. Pihak-pihak terkait**

- 1) Penyelenggara *Online Marketplace*;
- 2) *Online Marketplace Merchant*; dan
- 3) Pembeli.

**d. Proses Bisnis**

- 1) Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu:
  - a) *Online Marketplace Merchant* melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
  - b) Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan *invoice* atas *Monthly Fixed Fee*.
  - c) *Online Marketplace Merchant* melakukan pembayaran atas *Monthly Fixed Fee* melalui rekening Penyelenggara *Online Marketplace*.
  - d) Penyelenggara *Online Marketplace* menyediakan tempat dan/atau waktu kepada *Online Marketplace Merchant* untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di Toko Internet melalui Mal Internet.
- 2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa:
  - a) *Online Marketplace Merchant* menawarkan barang dan/atau jasa yang akan dijual dengan mengunggah data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.
  - b) Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan verifikasi dan menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.

- c) Pembeli melakukan pemesanan di Toko Internet melalui Mal Internet. Untuk memesan barang dan/atau jasa di Mal Internet, beberapa Penyelenggara *Online Marketplace* mensyaratkan Pembeli untuk mendaftarkan diri.
  - d) Penyelenggara *Online Marketplace* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli di Toko Internet melalui Mal Internet (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).
  - e) Pembeli melakukan pembayaran melalui *Escrow Account* yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
  - f) Penyelenggara *Online Marketplace* di Toko Internet melalui Mal Internet menyampaikan notifikasi kepada *Online Marketplace Merchant* untuk melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.
  - g) *Online Marketplace Merchant* melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli, baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman. Selanjutnya, *Online Marketplace Merchant* juga mengirimkan notifikasi kepada Penyelenggara *Online Marketplace* untuk memberitahu bahwa *Online Marketplace Merchant* telah melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.
- 3) Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan kepada *Online Marketplace Merchant* oleh Penyelenggara *Online Marketplace*:
- a) Penyelenggara *Online Marketplace* menyetor hasil penjualan kepada *Online Marketplace Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Online Marketplace Merchant*.
  - b) Jumlah yang disetor oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* adalah sebesar nilai transaksi dikurangi dengan per *Sale Fee*, *Point Fee*, serta tagihan lainnya.
  - c) Periode penyetoran hasil penjualan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada
  - d) *Online Marketplace Merchant* adalah sesuai dengan isi Perjanjian.

### e. Aspek Perpajakan

- 1) Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu:

#### PAJAK PENGHASILAN

##### Objek Pajak

Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh) yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.

Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.

Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini dapat berupa *Monthly Fixed Fee*, *Rent Fee*, *Registration Fee*, *Fixed Fee*, atau *Subscription Fee*.

##### Subjek Pajak

Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.

##### Dasar Hukum

Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.

##### Tarif

Untuk Penyelenggara *Online Marketplace* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.

##### Pemotongan PPh

Apabila *Online Marketplace Merchant* sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong

PPH, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPH Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

## PAJAK PERTAMBAHAN NILAI

### Objek Pajak

Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan Jasa Kena Pajak (JKP). Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.

Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini dapat berupa *Monthly Fixed Fee*, *Rent Fee*, *Registration Fee*, *Fixed Fee*, atau *Subscription Fee*.

Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.

### Dasar Pengenaan Pajak

Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Online Marketplace* karena penyerahan JKP, tidak termasuk yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

### Dasar Hukum

- a) Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN;
- b) Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

### Saat PPN Terutang

- a) Untuk penyerahan JKP di dalam daerah Pabean, yaitu pada:
  - (1) **Saat:**
    - (a) Harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten; atau
    - (b) Kontrak atau perjanjian ditandatangani, dalam hal saat sebagaimana dimaksud pada angka 1) tidak diketahui.
  - (2) **Saat pembayaran:** dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean.
- b) Saat pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean, yaitu pada saat:
  - (1) Harga perolehan JKP tersebut dinyatakan sebagai utang oleh pihak yang memanfaatkannya;
  - (2) Penggantian JKP tersebut ditagih oleh pihak yang menyerahkannya; atau
  - (3) Harga perolehan JKP tersebut dibayar baik sebagian atau seluruhnya, yang terjadi lebih dahulu, atau pada tanggal ditandatanganinya kontrak atau perjanjian, dalam hal saat terjadinya pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean sebagaimana tersebut di atas tidak diketahui.

### Saat Pembuatan

Sama dengan saat PPN terutang.

### Faktur Pajak

- a) Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, Faktur Pajak dibuat oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant*.

- b) Untuk pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean, Surat Setoran Pajak (SSP) atas penyetoran PPN, yang merupakan dokumen tertentu yang kedudukannya dipersamakan dengan Faktur Pajak, dibuat oleh *Online Marketplace Merchant*.

19

2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa:

**PAJAK PENGHASILAN**

**Objek Pajak**

Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.

Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/ pemungutan PPh, maka wajib untuk dilakukan pemotongan/ pemungutan PPh.

**Subjek Pajak**

Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. Penjual barang atau penyedia jasa dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini adalah *Online Marketplace Merchant*.

**Dasar Hukum**

Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.

**Tarif**

Untuk pihak *Online Marketplace Merchant* sebagai penjual barang atau penyedia jasa dalam *Online Marketplace* yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk wajib pajak orang pribadi dikurangi dengan penghasilan tidak kena pajak.

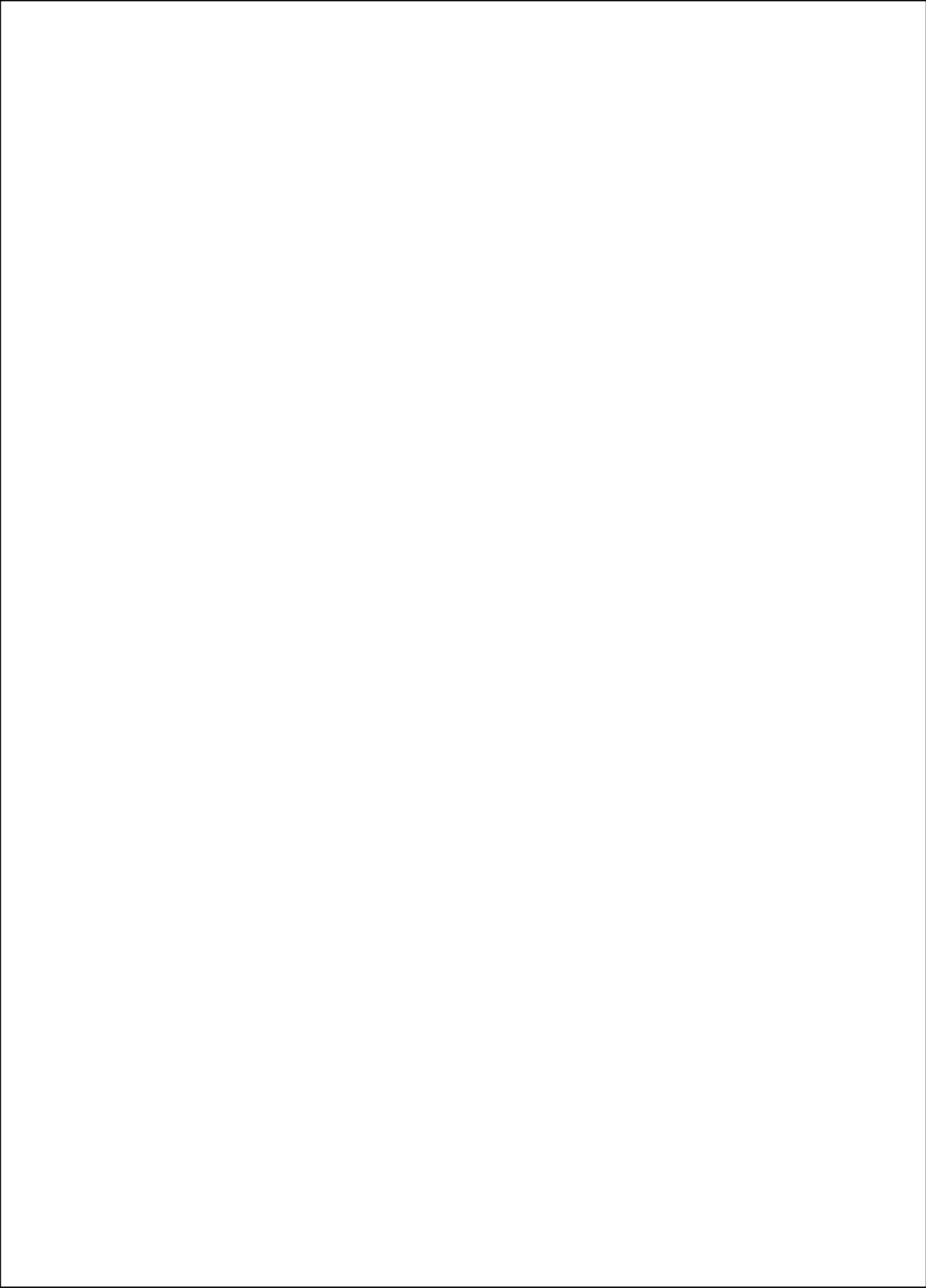
**Pemotongan**

Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak.

**Pemungutan PPh**

Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/ pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/pemungutan PPh dengan tarif dan tata cara sesuai dengan ketentuan yang berlaku.





## **BAB III**

### **TANTANGAN PERPAJAKAN DI ERA DIGITAL**

#### **A. Tantangan Model Bisnis dan Tata Kelola Digital**

Berkembangnya ekonomi digital menimbulkan tantangan baru bagi pembuat kebijakan akibat meningkatnya ketergantungan pada model bisnis baru. Dengan bantuan teknologi digital semakin memudahkan untuk melakukan bisnis lintas yurisdiksi, memudahkan konsumen untuk mengakses produk dan layanan dari mana saja di seluruh dunia. Tantangan perpajakan yang dihadapi saat ini adalah bagaimana menentukan persyaratan dalam memungut pajak dalam jumlah yang tepat.

Tantangan utama dari kebijakan di bidang perpajakan terkait berkembangnya ekonomi digital diklasifikasikan menjadi tiga kategori besar (OECD, 2014), yaitu:

##### **1. Nexus**

Berkembangnya teknologi digital mengakibatkan berkurangnya kebutuhan akan kehadiran fisik dalam rangka menjalankan usaha serta meningkatnya peran jaringan dalam interaksi pelanggan menimbulkan tantangan baru yaitu apakah penentuan perhubungan (*nexus*) dengan yurisdiksi untuk kepentingan pengenaan pajak selama ini sudah tepat.

##### **2. Data**

Kemajuan teknologi informasi saat ini telah memungkinkan perusahaan-perusahaan di ekonomi digital untuk berkumpul dan menggunakan informasi lintas batas negara. Hal ini menimbulkan tantangan baru dalam menentukan atribusi dari penciptaan nilai (*value created*) yang bersumber dari data produk dan layanan digital untuk kepentingan perpajakan.

##### **3. Karakterisasi**

Perkembangan produk atau layanan jasa digital telah menimbulkan ketidakpastian terkait penentuan karakterisasi yang tepat atas pembayaran yang dilakukan dalam konteks model bisnis baru khususnya berkaitan dengan *cloud computing* untuk kepentingan perpajakan.

Tantangan perpajakan yang dihadapi di era digital saat ini telah menimbulkan pertanyaan apakah ketentuan perpajakan internasional saat ini mampu menghadapi perubahan yang terjadi khususnya dalam menentukan alokasi hak pemajakan antara sumber dan domisili yurisdiksi. Dengan kata lain timbul pertanyaan apakah paradigma yang digunakan saat ini untuk menentukan di mana aktivitas ekonomi dilakukan dan nilai diciptakan (*value created*) untuk kepentingan perpajakan yang didasarkan analisis dari fungsi yang dilakukan, aset yang digunakan dan risiko yang ditanggung. Tantangan ini telah menciptakan peluang untuk terjadinya praktik non-pajak berganda, misalnya karena kurangnya perhubungan (*nexus*) di negara pasar ditambah kurangnya pemajakan di yurisdiksi tempat penerima pendapatan dan perusahaan induk telah menimbulkan masalah BEPS.

Selanjutnya model tata kelola digital (*e-governance*) memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas layanan pemerintah. Tantangan yang timbul akibat berkembangnya model tata kelola digital yang perlu diatasi agar keberhasilan implementasi *sistem e-governance* dapat tercapai, antara lain meliputi (Srinivas, 2023):

### **1. Infrastruktur dan Konektivitas**

Model tata kelola digital (*e-governance*) memerlukan koneksi internet yang dapat diandalkan dan infrastruktur teknologi yang tepat. Tantangan yang dihadapi khususnya di daerah pedesaan atau terpencil adalah tidak tersedianya infrastruktur dan konektivitas yang diperlukan. Akibatnya masyarakat tidak dapat mengakses layanan *online*, dan inisiatif *e-governance* tidak akan dapat berjalan efektif.

### **2. Literasi dan Aksesibilitas Digital**

Banyak warga negara yang mungkin kurang memiliki keterampilan literasi digital atau akses terhadap teknologi untuk memanfaatkan *e-governance*. Hal ini dapat mengakibatkan kesenjangan digital, di mana sebagian warga negara tidak dapat mengakses layanan pemerintah secara *online*. Tantangan lainnya adalah *e-governance* harus dirancang agar dapat diakses oleh penyandang disabilitas.

### **3. Keamanan Cyber dan Privasi Data**

Model tata kelola digital (*e-governance*) melibatkan pengumpulan dan penyimpanan data pribadi yang sensitif, seperti nomor jaminan sosial, informasi perpajakan, dan catatan kesehatan. Data ini harus dilindungi dari ancaman dunia maya, seperti peretasan atau pemanfaatan data tanpa hak, sehingga data harus disimpan dengan aman untuk melindungi privasi warga negara.

#### 4. Resistensi Terhadap Perubahan

Model tata kelola digital (*e-governance*) memiliki kemungkinan mengalami penolakan dari masyarakat atau pejabat pemerintah yang resisten terhadap perubahan atau yang lebih memilih metode layanan tradisional. Perlawanan ini dapat memperlambat atau bahkan menggagalkan penerapan tata kelola digital (*e-governance*).

#### B. Tantangan Perpajakan di Negara-Negara Berkembang

Digitalisasi ekonomi mempunyai dampak besar terhadap perpajakan internasional. Perdagangan secara elektronik melalui penjualan produk secara digital serta penyediaan layanan *online* telah menjadi suatu hal yang semakin umum dalam konteks internasional. Model bisnis berkembang pesat dan model bisnis baru bermunculan karena *Internet of Things* (IoT), *Artificial Intelligence* (AI), *Blockchain*, ekonomi kolaboratif, dan kemajuan teknologi lainnya. Dengan semakin berkembangnya perusahaan digital yang mapan menjadi sebuah tantangan dalam hal perpajakan.

Berdasarkan peraturan perpajakan yang ada, pengenaan pajak selama ini didasarkan pada adanya kehadiran fisik, sementara atribusi keuntungan didasarkan pada analisis faktor-faktor tradisional. Sistem pajak internasional ada dipandang sudah tidak relevan dengan kondisi sekarang. Sistem yang ada saat ini masih merujuk pada terminologi *separate entity approach* di mana hak pemajakan masih didasarkan kepada kehadiran fisik yang berdampak kepada maraknya praktik penggerusan basis pajak dan pengalihan laba atau *Base Erosion and Profit Shifting/ BEPS*. Sebaliknya, ekonomi digital menekankan atas peningkatan kontribusi pengguna terhadap penciptaan nilai, penggunaan pengetahuan, data, dan aset tak berwujud serta rantai nilai yang lebih kompleks dan global, di mana data dianggap sebagai sumber baru dari pendapatan. Akibatnya, terdapat ketidakselarasan antara tempat di mana nilai diciptakan (*value creation*) dan tempat di mana keuntungan dikenai pajak (Kemenkeu, 2022).

*Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) meluncurkan *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS) Project pada tahun 2013 dengan rencana 15 aksi (*action*). Penekanan aksi 1 meliputi identifikasi kesulitan yang ditimbulkan oleh ekonomi digital untuk menerapkan peraturan pajak internasional yang ada dan mengembangkan pilihan untuk mengatasi masalah yang ada. Berdasarkan peraturan pajak internasional saat ini, suatu perusahaan pada umumnya tidak dikenakan pajak di negara di mana perusahaan tersebut tidak memiliki kehadiran fisik. Berkembangnya ekonomi digital telah mendorong berkembangnya bisnis

yang dapat dilakukan melalui internet tanpa perlu kehadiran fisik di suatu negara, Akibatnya banyak perusahaan melakukan penghindaran pajak di banyak yurisdiksi tempat mereka menghasilkan pendapatan yang signifikan.

*OECD BEPS Project* dalam perkembangannya menghasilkan kesepakatan melalui pendekatan dua pilar dalam membantu mengatasi praktik penghindaran pajak, memastikan perpaduan/koherensi peraturan pajak internasional, dan lingkungan pajak yang lebih transparan. Solusi Dua Pilar yang diinisiasi *OECD/G20 Inclusive Framework (IF)* memainkan peran penting untuk memastikan keadilan dan kesetaraan dalam sistem perpajakan, serta diharapkan mampu memperkuat kerangka perpajakan internasional. Adapun Pilar 1 bersifat wajib atau harus diterapkan (minimum standar) oleh anggota *OECD/G20 IF* yang sudah menyepakati “Solusi Dua Pilar” sedangkan Pilar 2 bersifat *common approach* atau tidak wajib (Kemenkeu, 2022).

Perkembangan terkini terkait pembahasan penerapan solusi dua pilar perpajakan internasional masih belum menghasilkan kesepakatan penuh. Lebih dari 138 negara dan yurisdiksi anggota kerangka inklusif *BEPS OECD/G20* telah bersepakat untuk menjalankan pilar I pada tahun 2024 di mana pilar satu ini mengatur pajak digital global. Artinya penerapan pajak digital global tertunda ke tahun 2025 padahal rencana semula akan diterapkan tahun 2024 sehingga negara-negara yang tergabung sebagai anggota dilarang untuk menerapkan pajak digital sampai dihasilkan kesepakatan untuk dijalankan tahun 2024. Hal ini jelas akan merugikan Indonesia karena akan terjadi hilangnya potensi penerimaan pajak.

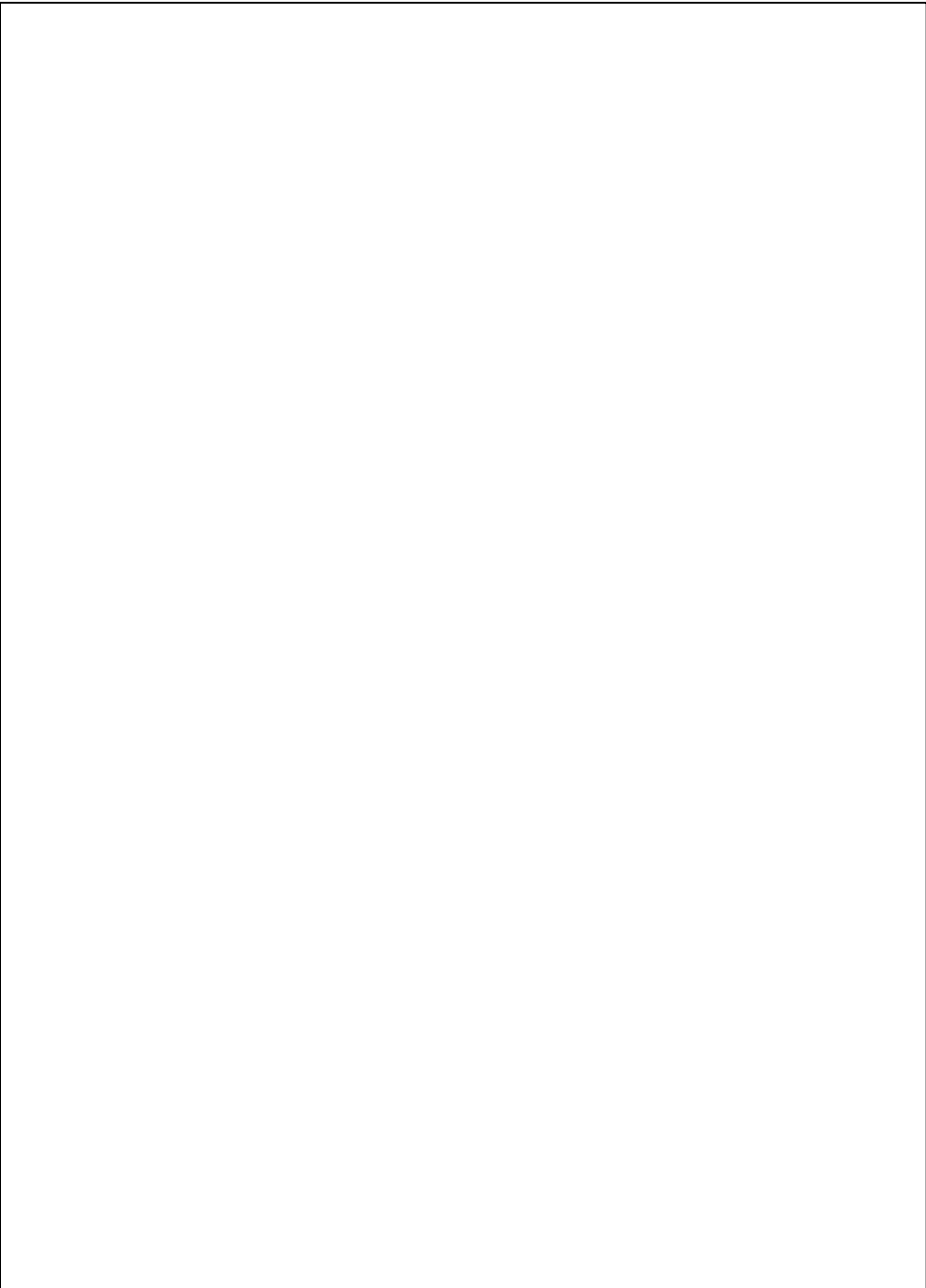
Adapun Pilar I yang ada saat ini tidak ditujukan untuk mengatasi penghindaran pajak, tapi lebih ke pengembangan konsep baru terkait hak pemajakan beserta penentuan alokasinya untuk masing-masing negara atas bisnis atau ekonomi yang terdigitalisasi. Selanjutnya Pilar II merupakan solusi yang berupaya mengurangi kompetisi pajak sekaligus melindungi basis pajak. Pilar II terdiri atas dua rencana kebijakan, yaitu *Global Anti-Base Erosion Rules (GloBE)* terkait penetapan tarif pajak efektif PPh badan minimum, dan *Subject to Tax Rule (STTR)* terkait pemberlakuan tarif *withholding tax* (Kemenkeu, 2022).

Pemerintahan di negara-negara berkembang menghadapi tantangan besar dalam memobilisasi pendapatan pajak, yang mengakibatkan kesenjangan antara apa yang dapat mereka kumpulkan dan apa yang berhasil mereka kumpulkan. Sebagian besar negara berkembang terus menghadapi permasalahan serius dalam mengembangkan sistem perpajakan yang memadai dan responsif. Penyebab utama kesenjangan pajak antara lain praktik penghindaran dan penggelapan pajak, pembebasan pajak, serta adanya ketidakadilan terkait pajak (Mascagni et al., 2014).

Berdasarkan hasil penelitian Hearson (2018), negara-negara berkembang menghadapi tiga tantangan utama dalam kerja sama perpajakan internasional, yaitu:

1. Tantangan pertama adalah masalah penghindaran pajak oleh investor asing dan penghindaran pajak oleh pelaku domestik, yang telah menjadi fokus utama perdebatan di organisasi internasional serta aktivisme masyarakat sipil dalam beberapa tahun terakhir.
2. Tantangan kedua berupa persaingan pajak, berupa serangkaian permasalahan yang dihadapi negara-negara yang bersaing untuk mendapatkan investasi langsung hingga peraturan pajak yang memiliki celah berbahaya seringkali digunakan oleh negara-negara bebas pajak (*tax havens*) untuk melakukan penghindaran dan penggelapan pajak.
3. Tantangan ketiga yang perlu diwaspadai adalah lembaga-lembaga perpajakan internasional cenderung dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan pembatasan yang tidak proporsional terhadap kemampuan negara-negara pengimpor modal untuk mengenakan pajak kepada investor asing.

Pemerintah Indonesia menyadari sepenuhnya pesatnya perkembangan kegiatan perekonomian sehingga perlu menyikapinya dengan cara menerbitkan berbagai peraturan dan inisiatif yang tepat. Namun, beberapa peraturan tersebut masih belum cukup menjawab tantangan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah masih belum mampu menyikapi dinamika yang terjadi saat ini dengan baik dan proporsional. Perubahan organisasi dalam konteks reformasi birokrasi juga masih terus berjalan, begitu pula dalam pengembangan kapasitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi untuk mengoptimalkan upaya pemungutan pajak. Oleh karena itu, perbaikan yang lebih komprehensif melalui keterlibatan berbagai pihak agar dapat merespons perkembangan ekonomi saat ini dengan baik sangat diperlukan (Tambunan & Rosdiana, 2020).



## **BAB IV**

### **SOLUSI MENGATASI ISU PERPAJAKAN GLOBAL**

Salah satu tantangan besar yang diidentifikasi oleh OECD adalah, dampak penggunaan teknologi digital seperti internet terhadap bisnis yaitu berkembangnya model bisnis digital yang aktif secara ekonomi namun tidak memerlukan kehadiran fisik di suatu negara. Dampak digitalisasi terhadap sistem perpajakan internasional saat ini adalah perlunya merumuskan ulang definisi kehadiran fisik sebagai penghubung (*nexus*) perpajakan. Hal ini menjadi titik lemah dari ketentuan perpajakan yang ada selama ini di mana ketentuan yang ada belum mengakomodasi model bisnis digital yang tidak berfokus kepada kehadiran fisik tetapi kepada adanya penciptaan nilai (*value creation*). Untuk mengatasi tantangan terhadap model bisnis digital perlu dirumuskan kembali konsep penciptaan nilai secara tepat agar dapat menentukan hak pemajakan dengan tepat untuk menghindari hilangnya potensi pemajakan akibat ketidakjelasan konsep penciptaan nilai (*value creation*).

Beberapa hal lainnya yang perlu dilakukan untuk mengatasi tantangan terhadap model tata kelola digital (*e-governance*) agar dapat tercapai keberhasilan penerapan *e-governance* (Srinivas, 2023), adalah:

#### **1. Desain yang Berpusat pada Pengguna**

*E-governance* harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan warga negara. Hal ini berarti masyarakat perlu dilibatkan dalam proses desain, melakukan riset terhadap pengguna untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan mereka, serta merancang *user interfaces* yang intuitif dan mudah digunakan.

#### **2. Aksesibilitas**

*E-governance* harus dirancang agar mudah diakses oleh semua warga negara, termasuk penyandang disabilitas. Hal ini berarti harus dipastikan bahwa layanan *online* bersifat kompatibel dengan bantuan teknologi bantu, dan menyediakan format alternatif bagi orang-orang yang mengalami kesulitan dalam mengakses konten *online*.

### 3. Interoperabilitas (*Interoperability*)

*E-governance* harus dirancang agar dapat dioperasikan satu sama lain, sehingga berbagai sistem dapat saling bekerja sama dengan lancar. Artinya penggunaan standar dan data harus bersifat terbuka, untuk memastikan bahwa sistem yang berbeda dapat berkomunikasi satu sama lain.

### 4. Keamanan dan Privasi

*E-governance* harus dirancang dengan mempertimbangkan keamanan dan privasi. Hal ini berarti perlu diterapkan langkah-langkah keamanan *cyber* secara tepat untuk melindungi pengguna dari ancaman, serta memberi kepastian bahwa data pribadi warga negara disimpan dengan aman dan hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang.

### 5. Peningkatan Kapasitas

*E-governance* membutuhkan staf yang terampil dalam merancang, menerapkan, dan mengelola. Pemerintah harus berinvestasi dalam program pelatihan dan peningkatan kapasitas untuk memastikan bahwa terdapat cukup SDM yang terampil dalam mendukung implementasi *e-governance*.

### 6. Evaluasi dan Umpan Balik

*E-governance* harus dievaluasi secara berkala untuk menentukan efektivitasnya serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Pemerintah harus mengumpulkan umpan balik dari masyarakat untuk memahami pengalaman mereka dengan layanan *online*, dan menggunakan umpan balik tersebut untuk melakukan perbaikan terhadap *e-governance*.

Terkait dengan kelemahan sistem perpajakan di negara-negara berkembang, maka terdapat tiga cara yang dapat dilakukan sebagai solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah tersebut (Bird, 2008), yaitu:

1. Perluasan basis pajak.
2. Pengurangan tarif pajak.
3. Perbaikan administrasi.

Selanjutnya terkait isu utama adanya praktik *BEPS* yang merupakan tantangan perpajakan akibat digitalisasi ekonomi masih belum dapat terselesaikan sampai dengan saat ini, meskipun penerapan proyek anti *BEPS* telah mengubah lanskap perpajakan internasional serta meningkatkan keadilan sistem perpajakan. Salah satu langkah besar yang dilakukan oleh OECD/G20 terkait proyek *BEPS* adalah menghasilkan kesepakatan dari 138 anggota Kerangka Inklusif, yang mewakili

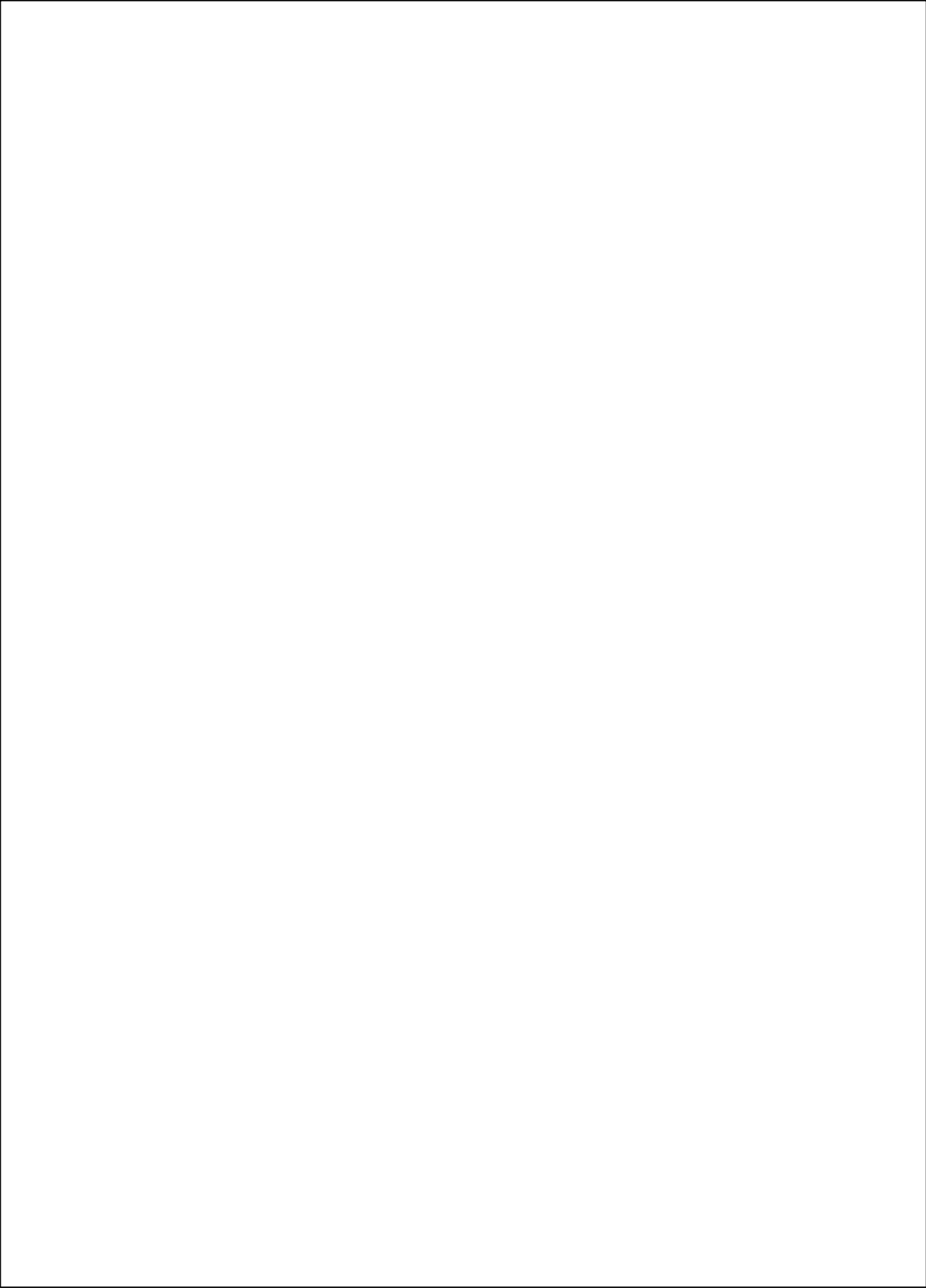
lebih dari 95% PDB global bersatu dalam solusi dua pilar untuk mereformasi aturan perpajakan internasional serta memastikan perusahaan multinasional akan membayar pajak secara adil di manapun mereka beroperasi dan menghasilkan keuntungan.

1 Dalam kerangka 2 pilar yang telah berhasil diinisiasi, fokus dari pilar I adalah bagaimana seharusnya hak pemajakan atas penghasilan dari aktivitas bisnis di era digital dialokasikan ke tiap yurisdiksi. Pilar I bersifat wajib atau harus diterapkan (minimum standar) oleh anggota OECD/G20 kerangka inklusif yang sudah menyepakati solusi 2 pilar. Pendekatan yang digunakan dalam Pilar I adalah *Unified Approach*, yaitu menciptakan sistem perpajakan yang memenuhi asas keadilan bagi negara-negara yang menjadi pasar bagi perusahaan multinasional khususnya perusahaan digital. Disepakati bahwa setiap perusahaan global wajib memberikan 25% keuntungan kepada setiap negara tempat perusahaan beroperasi.

Pilar I pada intinya memperkenalkan pendekatan baru untuk mengalokasikan hak pemajakan, yaitu dengan mempertimbangkan jumlah partisipasi pengguna (*user participation*), aset tidak berwujud (*intangible aset*) terkait fungsi pemasaran (*intangible marketing*), dan eksistensi kegiatan ekonomi yang signifikan (*significant economic presence*). Pilar I tidak dimaksudkan untuk mengatasi penghindaran pajak, tapi lebih kepada pengembangan konsep baru terkait hak pemajakan beserta penentuan alokasi bagi masing-masing negara terkait bisnis atau ekonomi yang terdigitalisasi (Kemenkeu, 2022). Fokus dalam Pilar I adalah memberikan hak pemajakan kepada negara pasar, meskipun tidak terdapat kehadiran fisik (*physical present*) di negara pasar tersebut. Pilar I menyasar seluruh perusahaan multinasional dengan omset global di atas EUR20 Miliar (sekitar USD 23,5 Miliar) dan profitabilitas (laba sebelum pajak) di atas 10%.

Adapun Pilar II bersifat *common approach* (tidak wajib) dan dianggap sebagai solusi dalam mengurangi kompetisi pajak sekaligus melindungi basis pajak. Pilar II terdiri dari dua rencana kebijakan, yaitu *Global Anti-Base Erosion Rules* (GloBE) terkait penetapan tarif pajak efektif PPh badan minimum, dan *Subject to Tax Rule* (STTR) terkait pemberlakuan tarif *withholding tax* (Kemenkeu, 2022). Pilar II ini mengatur tentang pajak minimum global, khususnya melalui skema *Income Inclusion Rule* (IIR) untuk menjamin perusahaan multinasional yang telah memenuhi kriteria tertentu atau memenuhi *threshold* yang ditentukan, di manapun berada akan membayar tarif pajak efektif PPh Badan sebesar minimal 15%.

Pada prinsipnya solusi 2 pilar ini sudah menghasilkan kesepakatan bagi setiap negara dan memberi rasa keadilan, namun tanpa dukungan dari seluruh negara yang menjadi anggota OECD/G20 untuk menerapkan secara bersama-sama dan tidak sepihak maka mustahil problematika perpajakan global dapat diatasi.



## BAB V PENUTUP

Berdasarkan pembahasan terkait perpajakan di era digital dapat disimpulkan bahwa kemajuan teknologi selalu akan mendisrupsi seluruh sektor terutama sektor ekonomi. Dampak nyata terhadap sektor ekonomi adalah munculnya model bisnis baru secara global. Munculnya bisnis baru berbasis digital memunculkan permasalahan baru terkait perpajakan yaitu hilangnya potensi penerimaan pajak negara akibat bisnis digital yang tidak memerlukan kehadiran fisik. Akibatnya jika tidak diciptakan sistem perpajakan yang mampu mengantisipasi kebocoran dalam pajak serta disepakatinya perjanjian yang bersifat internasional yang memberikan keuntungan dan keadilan kepada semua pihak maka kebijakan fiskal yang dirancang tidak akan mampu mengatasi permasalahan perpajakan global.

OECD (2015a) telah menetapkan 5 prinsip yang harus diperhatikan ketika menetapkan kebijakan fiskal di masa depan:

### 1. **Netralitas**

Perpajakan harus bersifat **netral dan adil** diantara **bentuk kegiatan** usaha. **Pajak yang netral akan** memberikan kontribusi menuju efisiensi dengan memastikan alokasi sumber daya yang optimal agar produksi tercapai. Netralitas berarti sistem perpajakan mampu meningkatkan pendapatan sambil meminimalisir diskriminasi **kepentingan** dalam hal pilihan ekonomi tertentu. Artinya prinsip pemajakan **yang sama harus berlaku untuk semua** bentuk usaha, **sambil menangani** hal-hal **khusus yang dapat** melemahkan kesetaraan dan netralitas dari penerapan prinsip-prinsip tersebut.

### 2. **Efisiensi**

Biaya kepatuhan terhadap biaya bisnis dan biaya administrasi pemerintah harus diminimalisir sebisa mungkin.

### 3. **Kepastian dan Kesederhanaan**

Peraturan perpajakan harus jelas dan sederhana untuk dipahami sehingga **wajib pajak mengetahui posisi mereka ada di mana**. **Sistem pajak sederhana** membuat **individu dan bisnis** mudah untuk memahami kewajiban dan hak **mereka**. Hasilnya, dunia usaha lebih banyak mengambil keputusan optimal dan merespons pilihan kebijakan yang diinginkan. Kompleksitas juga mendukung perencanaan pajak yang agresif, yang mungkin saja terjadi memicu kerugian bagi perekonomian.

#### 4. Efektivitas dan Keadilan

Kebijakan perpajakan harus mampu menghasilkan jumlah pajak yang tepat pada saat yang tepat, sekaligus menghindari pengenaan pajak berganda dan non-pajak yang tidak diinginkan. Selain itu, potensi untuk penggelapan dan penghindaran pajak harus diminimalisir. Apabila ada kelompok wajib pajak yang secara teknis merupakan subjek pajak namun tidak pernah membayar pajak karena ketidakmampuan perpajakan untuk memaksanya membayar pajak maka masyarakat sebagai wajib pajak akan menganggap pajak bersifat tidak adil dan tidak efektif.

#### 5. Fleksibilitas

Sistem perpajakan harus dinamis dan cukup fleksibel dalam memastikan bahwa sistem tersebut mengikuti perkembangan teknologi dan komersial. Penting bahwa sistem perpajakan bersifat dinamis dan cukup fleksibel untuk memenuhi kebutuhan pendapatan pemerintah saat ini sambil beradaptasi dengan perubahan kebutuhan secara berkelanjutan. Ini berarti bahwa struktur sistem tersebut harus mampu bertahan lama dalam konteks kebijakan yang berubah, namun cukup fleksibel dan dinamis untuk memungkinkan pemerintah memberikan respon sebagaimana yang diharapkan terhadap perkembangan teknologi dan komersial, dengan mempertimbangkan perkembangan masa depan yang seringkali sulit diprediksi. Keadilan menjadi bahan pertimbangan penting dalam perpajakan.

Prinsip keadilan merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan kebijakan perpajakan. Keadilan memiliki dua elemen utama yaitu keadilan horizontal dan keadilan vertikal. Keadilan horizontal menunjukkan dalam kondisi yang sama wajib pajak harus menanggung beban pajak yang sama. Keadilan vertikal merupakan konsep normatif, di mana definisinya dapat berbeda antara satu pengguna dengan pengguna lainnya. Menurut sebagian orang, wajib pajak yang berada dalam kondisi yang lebih baik wajib menanggung beban pajak yang lebih besar yang menjadi proporsi dari penghasilan mereka. Keadilan dapat pula mengacu pada keadilan antar negara. Secara teori, keadilan antar negara merupakan hal yang penting berkaitan dengan alokasi keuntungan dan kerugian nasional dalam konteks internasional. Dengan kata lain prinsip keadilan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap negara menerima bagian pendapatan pajak yang adil dari transaksi lintas batas (*cross border*).







## INDEKS

### Symbols

5G networks 3, 4, 69

### A

Artificial Intelligence 3, 5, 53

### B

Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) 1, 44, 53,

Big Data Analytics 3, 5

Blockchain 3, 5, 53

Business to Business (B2B) 3, 11

Business to Consumer (B2C) 3, 12

Business to Government (B2G) 12

### C

Cash on delivery (COD) 2, 41, 44

Classified Ads 15, 26, 27, 28, 29, 31

Cloud Computing 3, 5, 11, 51

Cloud Platform as a Service 5

Cloud Software as a Service 5

Common Approach 54, 59

Computing Power 3, 6

Consumer to Consumer (C2C) 13

Consumer to Government (C2G) 13

Cross border 1, 45, 50, 62

Crowdfunding 1

Customer to Business (C2B) 12

### D

Daily Deals 15, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41

Daily Deals Merchant 31, 32, 33, 34, 37, 38, 39, 41

Decacorn 9

Digital payment system 2

Double non-taxation 6

### E

E-commerce 1, 2, 3, 11, 12, 13, 15

### F

Fintech 1, 2

### G

Global Anti-Base Erosion Rules (GloBE) 54, 59

Government to Business (G2B) 13

Government to Citizens (G2C) 13

Government to Employees (G2E) 14

Government to Government (G2G) 14

Grey area 10

### H

Hosting 12

### I

Income Inclusion Rule 59

Infrastructure as a Service 5

Internet of Things (IoT) 3, 4, 53

IoT Analytics Platforms 4

IoT Application Enablement Platforms 48

IoT Connectivity Platform 4

IoT Device Management Platforms 4

### L

Level playing field 6, 10, 48

### M

Market comparison 2

Merchant Daily Deals 31, 35

Microfinancing 2

Monthly Fixed Fee 16, 17, 19, 20, 31, 32, 35

### N

Nexus 51, 52, 57

**O**

Online Marketplace 15, 16, 17, 18, 19, 20,  
21, 22, 23, 24, 25, 26

Online Marketplace Merchant 15, 16, 17,  
18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26

Online Retail 15, 41, 42, 43, 44

Online Retail Merchant 42

**P**

P2P lending service 2

Participative networked platforms 11

Per Sale Fee 16, 24, 32

Platform 1, 4, 9, 12, 13, 14, 15

Point fee 16, 18, 39

**S**

Situs Daily Deals 31, 32, 33, 65

Smartphone 1

Start-up 9

Subject to Tax Rule (STTR) 54, 59

**T**

Threshold 59

Toko Internet 15, 16, 17, 18

Transaction Fee 27, 28, 29

**U**

Unicorn 9

Unified Approach 59

**V**

Value creation 11, 48, 53, 57

Virtual account 2

Voucher 31, 32, 33, 38, 41

**W**

Withholding Tax 54, 59

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmedov, I. (2020). The Impact of Digital Economy on International Trade. *European Journal of Business & Management Research*. Vol. 5 No. 4. DOI: 10.24018/ejbmr.2020.5.4. 389.
- Bauer, G., Fritz, J., Schanz, D., & Sixt, M. (2019). *Corporate Income Tax Challenges Arising From Digitalised Business Models*. <https://ssrn.com/abstract=3348544orhttp://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3348544>.
- Bird, R. M. (2008). *Tax Challenges Facing Developing Countries*. Institute for International Business Working Paper No. 9. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1114084>.
- Gulkova E.L., Karp M.V., & Tipalina M.V. (2019). Tax Challenges of The Digital Economy. *Vestnik Universiteta*. (4):89-95. (In Russ.) <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-4-89-95>.
- Hagiwara, A. T., Gonzales, K., & Wang, J. (2019). *Tax Challenges in a Digital Economy- The Case of the People's Republic of China*. ADB Briefs No. 108. DOI: 10.22617/BRF190151-2. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/504616/adb-brief-108-taxation-digital-economy-peoples-republic-china.pdf>.
- Hearson, M. (2018). The Challenges for Developing Countries in International Tax Justice. *The Journal of Development Studies*. 54 (10), 1932-1938. DOI: 10.1080/00220388.2017.1309040.
- Kahal, H. S., & Singh, V. P. (2005). *Digital Economy: Impacts, Influences and Chalenges*. Idea Group Publishing.
- Kemenkeu. (2022). *Solusi Dua Pilar Sebagai Upaya Atasi Masalah Perpajakan Internasional*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Solusi-Dua-Pilar-Atasi-Masalah-Pajak-Internasi-%281%29>.
- Kominfo. (2022). *Manfaatkan Potensi Ekonomi Digital, Pemerintah Tingkatkan Kualitas Ekosistem Niaga-Elektronik*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46183/manfaatkan-potensi-ekonomi-digital-pemerintah-tingkatkan-kualitas-ekosistem-niaga-elektronik/0/berita>.
- Kominfo. (2023). *Kembangkan Ekonomi Digital, Indonesia Butuh Talenta Digital Berkualitas*. SIARAN PERS NO. 28/HM/KOMINFO/ 03/2023. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/47689/siaran-pers-no-28hm\\_kominfo032023-tentang-kembangkan-ekonomi-digital-indonesia-butuh-talenta-digital-berkualitas/0/siaran\\_pers](https://www.kominfo.go.id/content/detail/47689/siaran-pers-no-28hm_kominfo032023-tentang-kembangkan-ekonomi-digital-indonesia-butuh-talenta-digital-berkualitas/0/siaran_pers).
- Mascagni, G., Moore, M. & McCluskey, R. (2014). *Tax Revenue Mobilisation In Developing Countries: Issues and Challenges*. European Union (Belgium). [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join /2014/433849/EXPO-DEVE\\_ET\(2014\)433849\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join /2014/433849/EXPO-DEVE_ET(2014)433849_EN.pdf).

- OECD. (2014). *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy, OECD/ G20 Base Erosion and Profit Shifting Project*. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264218789-en>.
- OECD. (2015a). *Addressing the tax challenges of the digital economy. Action 1 2015 final report*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264241046-en.pdf?checksum=C086815F6C0CC817523460DB8723480A.Expires=1551739022&id=id&accname=ocid49014612&>.
- OECD. (2015b). *BEPS 2015 Final Reports*. <https://www.oecd.org/tax/aggressive/beps-2015-final-reports.htm>.
- OECD. (2017). *Going Digital*. <http://www.oecd.org/going-digital/project/>.
- OECD. (2021). *Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy- Global Anti-Base Erosion Model Rules (Pillar Two): Inclusive Framework on BEPS*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/782bac33-en>.
- Sharma, S.K., Wickramasinghe, N., & Gupta, J.N. (2004). *What Should SMEs do to Succeed in Today's Knowledge-Based Economy?* <https://www.igi-global.com/chapter/should-smes-succeed-today-knowledge/9443>. DOI: 10.4018/978-1-59140-146-9.ch017.
- Srinivas, H. (2023). *Empat Jenis E-Governance: Analisis Pemangku Kepentingan*. Hasil Penelitian GDRC: Catatan Konsep Seri C-039. Kobe, Jepang: Pusat Penelitian Pembangunan Global. <https://www.gdrc.org/u-gov/egov-03.html> pada Kamis, 12 Oktober 2023.
- Tambunan, M.R.U.D. & Rosdiana, H. (2020). Indonesia Tax Authority Measure on Facing the Challenge in Taxing Digital Economy. *The International Technology Management Review*. Volume 9, Issue 1, 2020, 1-10. DOI: 10.2991/itm.k.200203.001.
- Theprakarsa.org. (2022). *Peluang dan Tantangan Ekonomi Digital dan Potensi Pajak Digital di Indonesia*. <https://theprakarsa.org/peluangdan-tantangan-ekonomi-digital-dan-potensi-pajak-digital-di-indonesia/>.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Boston: Harvard Business Review Press.

## BIODATA PENULIS



Penulis lahir di Jakarta, 12 Mei 1968, menyelesaikan pendidikan S-1, S-2 dan S-3 di Universitas Padjadjaran, Bidang Ilmu Akuntansi. Penulis merupakan dosen tetap Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha sejak tahun 1995 dan selama ini mengampu Mata Kuliah Perpajakan, Perpajakan Lanjutan, Perencanaan Pajak, dan Manajemen Pajak. Pengalaman yang dimiliki penulis selama ini antara lain aktif sebagai pemateri dan pemakalah dalam forum ilmiah baik nasional maupun internasional, aktif sebagai penulis artikel ilmiah yang telah dipublikasi di berbagai jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional serta pernah mendapatkan penghargaan sebagai pemateri terbaik (*best presenter*) dalam beberapa konferensi ilmiah. Penulis juga aktif sebagai anggota pengurus Ikatan Akuntan Indonesia wilayah Jawa Barat serta menjadi anggota organisasi Perkumpulan *Tax Center* dan Akademisi Pajak Seluruh Indonesia (PERTAPSI).

# Perpajakan di Era Digital

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|    |                                                                                                                                                           |    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1  | <a href="http://www.kompasiana.com">www.kompasiana.com</a><br>Internet Source                                                                             | 2% |
| 2  | <a href="https://medium.com">medium.com</a><br>Internet Source                                                                                            | 2% |
| 3  | <a href="http://repository.maranatha.edu">repository.maranatha.edu</a><br>Internet Source                                                                 | 1% |
| 4  | Viky Bayu Setyo Aji. "TINJAUAN MEKANISME PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI ATAS TRANSAKSI DIGITAL GAME ONLINE", Jurnal Acitya Ardana, 2022<br>Publication | 1% |
| 5  | <a href="http://jist.publikasiindonesia.id">jist.publikasiindonesia.id</a><br>Internet Source                                                             | 1% |
| 6  | <a href="http://theprakarsa.org">theprakarsa.org</a><br>Internet Source                                                                                   | 1% |
| 7  | <a href="http://www.cnnindonesia.com">www.cnnindonesia.com</a><br>Internet Source                                                                         | 1% |
| 8  | <a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a><br>Internet Source                                                                   | 1% |
| 9  | <a href="http://www.kominfo.go.id">www.kominfo.go.id</a><br>Internet Source                                                                               | 1% |
| 10 | <a href="http://www.oyindonesia.com">www.oyindonesia.com</a><br>Internet Source                                                                           | 1% |

|    |                                                                                                     |     |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 11 | <a href="http://journal.stieken.ac.id">journal.stieken.ac.id</a><br>Internet Source                 | 1 % |
| 12 | <a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a><br>Internet Source       | 1 % |
| 13 | <a href="http://ejournal.uki.ac.id">ejournal.uki.ac.id</a><br>Internet Source                       | 1 % |
| 14 | <a href="http://itjen.kemhan.go.id">itjen.kemhan.go.id</a><br>Internet Source                       | 1 % |
| 15 | <a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a><br>Internet Source     | 1 % |
| 16 | <a href="http://repository.unj.ac.id">repository.unj.ac.id</a><br>Internet Source                   | 1 % |
| 17 | <a href="http://tivvenpanjaitan.wordpress.com">tivvenpanjaitan.wordpress.com</a><br>Internet Source | 1 % |
| 18 | <a href="http://indef.or.id">indef.or.id</a><br>Internet Source                                     | 1 % |
| 19 | <a href="http://e-journal.uajy.ac.id">e-journal.uajy.ac.id</a><br>Internet Source                   | 1 % |
| 20 | <a href="http://www.pajak.com">www.pajak.com</a><br>Internet Source                                 | 1 % |
| 21 | <a href="http://zonasultra.id">zonasultra.id</a><br>Internet Source                                 | 1 % |
| 22 | <a href="http://jap.unram.ac.id">jap.unram.ac.id</a><br>Internet Source                             | 1 % |



# Perpajakan di Era Digital

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---

PAGE 32

---

PAGE 33

---

PAGE 34

---

PAGE 35

---

PAGE 36

---

PAGE 37

---

PAGE 38

---

PAGE 39

---

PAGE 40

---

PAGE 41

---

PAGE 42

---

PAGE 43

---

PAGE 44

---

PAGE 45

---

PAGE 46

---

PAGE 47

---

PAGE 48

---

PAGE 49

---

PAGE 50

---

PAGE 51

---

PAGE 52

---

PAGE 53

---